



<b>Студијски програм/студијски програми:</b> Интегрисане академске студије фармације
<b>Назив предмета:</b> Фармацеутски маркетинг
<b>Наставник:</b> Младена Н. Лалић-Поповић
<b>Статус предмета:</b> изборни
<b>Број ЕСПБ:</b> 3
<b>Услов:</b>
<p><b>Циљ предмета</b></p> <p>Упознавање са општим принципима фармацеутског маркетинга. Савладавање савремених метода маркетинг стратегија у фармацији и медицини приликом избора новог, паралелног (генеричког) лека или лековитог препарата као и са начином маркетиншке промоције и продаје. Упознавање са регулативом везаном за промоцију лекова, медицинских средстава и ОТЦ препарата.</p>
<p><b>Исход предмета</b></p> <p>Студенти фармације ће стећи знање како да користе расположиве савремене методе у маркетиншком позиционирању новог, генеричког лека, медицинског средства или ОТЦ препарата. Студенти фармације ће стећи вештину како да на прави начин одаберу и планирају промоцију за одређене лекове, медицинска средства и друге лековите препарате (ОТЦ).</p>
<p><b>Садржај предмета</b></p> <p><i>Теоријска настава</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Дефинисање и значај фармацеутског маркетинга</li> <li>2. Развој нових лекова: Од истраживања до појаве на тржишту</li> <li>3. Увид у процес регистрације лекова, припрема проспеката и упутства за лекаре и пацијенте</li> <li>4. Дефинисање и значај СВОТ анализе за одређене лекове по групама</li> <li>5. Примена БСГ матрица</li> <li>6. План маркетиншких активности за различите лекове и различита тржишта</li> <li>7. IV фаза испитивања лекова: Пострегистрационо испитивање лекова</li> <li>8. Фармацеутски маркетинг и нежељене реакције лекова</li> <li>9. Маркетинг биљних препарата</li> <li>10. Фармацеутска медицина –дефинисање и значај</li> <li>11. Маркетинг у здравству и маркетинг фармацеутских производа</li> <li>12. Маркетинг фармацеутских услуга</li> <li>13. Маркетинг комуникације на симпозијумима, конгресима и другим стручним састанцима</li> <li>14. Стандарди у изради рекламних материјала, коришћење узорака у фармацеутском маркетингу</li> <li>15. Улога и значај интернета у фармацеутском маркетингу</li> <li>16. Маркетинг у промоцији здравља</li> </ol> <p><i>Практична настава</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Анализа настанка одређеног лека по избору од основне идеје до финалног продукта (истраживање коришћењем података из разних извора)</li> <li>2. Упознавање са деловима регистрационог фајла неопходног за регистрацију лекова и лековитих препарата</li> <li>3. Припрема проспеката за разне лекове и лековите препарате (за лекаре и пацијента)– радионица</li> <li>4. Израда СВОТ анализе за одређени лек или лековити препарат</li> <li>5. Израда маркетиншког плана за промоцију одређеног препарата</li> <li>6. Израда промотивног материјала за одређени препарат - радионица</li> <li>7. Пострегистрационо испитивање лекова и испуњавање обрасца за пријављивање нежељених реакција на одређени лек, ОТЦ, Медицинско средство - радионица</li> <li>8. Припрема проспеката за промоцију фармацеутских услуга - радионица</li> <li>9. Припрема различитих начина комуникације током стручних састанака – радионица</li> <li>10. Припрема разних облика фармацеутског маркетинга у промоцији здравља</li> </ol>
<p><b>Литература</b></p> <p><i>Обавезна</i></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jobber D. Osnovi marketinga, Data status, Beograd, 2006.</li> </ol>



2. Kolassa M.E., Perkins G.J., Siecker R.B., Pharmaceutical marketing: Principles, Environment and Practice, Pharmaceutical Product Press, 2002.
3. Tasić Lj., Farmaceutski menadžment i marketing, Placebo, Beograd, 2007.

*Допунска*

1. Dogramatzis D., Pharmaceutical marketing a Practical Guide, Interpharm press, 2002.
2. Spilker B., Multinational Pharmaceutical companies: Principles and Practice, 2nd ed., Ravens Press, Boston, 1994.

<b>Број часова активне наставе</b>	<b>Теоријска настава: 30</b>	<b>Практична настава: 15</b>
------------------------------------	------------------------------	------------------------------

**Методе извођења наставе**

Предавања, интерактивна настава, практична настава, семинар, радионице

**Оцена знања (максимални број поена 100)**

<b>Предиспитне обавезе</b>	<b>поена</b>	<b>Завршни испит</b>	<b>поена</b>
активност у току предавања	10	писмени испит	50
практична настава	20		
колоквијум-и			
семинар-и	20		